

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное учреждение
высшего профессионального образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Отделение массовых коммуникаций



подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины

Консалтинг в связях с общественностью БЗ.В.10

Направление подготовки: 031600.62 - Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в некоммерческих организациях

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Мюллер Д.Г.

Рецензент(ы):

Идиатуллина К.С.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Морозова Г. В.

Протокол заседания кафедры No ____ от " ____ " _____ 201__ г

Учебно-методическая комиссия Института социально-философских наук и массовых коммуникаций (отделение массовых коммуникаций):

Протокол заседания УМК No ____ от " ____ " _____ 201__ г

Регистрационный No 941818014

Казань

2014

Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля
4. Структура и содержание дисциплины/ модуля
5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов
7. Литература
8. Интернет-ресурсы
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

Программу дисциплины разработал(а)(и) доцент, к.н. (доцент) Мюллер Д.Г. Кафедра связей с общественностью и прикладной политологии Отделение массовых коммуникаций ,
Dmitrij.Mjuller@ksu.r

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины Консалтинг в связях с общественностью является изучение студентами основных теоретических и практических аспектов консультирования в сфере связей с общественностью.

В результате изучения курса по предлагаемой программе студенты должны усвоить современные теоретические концептуальные представления о сущности консалтинга, основные методы и приемы, используемые в практике консалтинговой работы в коммерческой и некоммерческой сферах, а также овладеть современными технологиями подготовки, планирования и применения комплексных методик в сфере организации информационных кампаний.

2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы высшего профессионального образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел " Б3.В.10 Профессиональный" основной образовательной программы 031600.62 Реклама и связи с общественностью и относится к вариативной части. Осваивается на 3, 4 курсах, 6, 7 семестры.

Обучение студентов по предлагаемой программе ведется с учетом предварительного овладения студентами материалами курсов политологии, основ менеджмента, основ маркетинга, социологии, психологии, логики и теории коммуникации, соответствующих образовательному стандарту Российской Федерации. В свою очередь, учебный материал и навыки, освоенные в процессе успешной работы по данной программе, помогут им при изучении других общих и специальных курсов, связанных с организацией практической работы в сфере СО.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-7 (общекультурные компетенции)	умение критически оценивать свои достоинства и недостатки, наметить пути и выбрать средства развития достоинств и устранения недостатков
ПК-1 (профессиональные компетенции)	способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта
ПК-2 (профессиональные компетенции)	владение знаниями и навыками работы в пресс-центрах, пресс-службах, в отделах печати, средствах массовой информации (СМИ), отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, отделах рекламы, в коммуникационных агентствах
ПК-25 (профессиональные компетенции)	способность реализовать проекты и владеет методами их реализации

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ПК-35 (профессиональные компетенции)	владеть навыками составления и оформления материалов для экспертных заключений и отчетов

В результате освоения дисциплины студент:

4. должен демонстрировать способность и готовность:

критически оценивать свои достоинства и недостатки, намечать пути и выбирать средства развития достоинств и устранения недостатков, осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта; работать в пресс-центрах, пресс-службах, в отделах печати, средствах массовой информации (СМИ), отделах по связям с общественностью, центрах

общественных связей, отделах рекламы, в коммуникационных агентствах; реализовать проекты и владеть методами их реализации; составлять и оформлять материалы для экспертных заключений и отчетов.

4. должен демонстрировать способность и готовность:

критически оценивать свои достоинства и недостатки, намечать пути и выбирать средства развития достоинств и устранения недостатков, осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта; работать в пресс-центрах, пресс-службах, в отделах печати, средствах массовой информации (СМИ), отделах по связям с общественностью, центрах

общественных связей, отделах рекламы, в коммуникационных агентствах; реализовать проекты и владеть методами их реализации; составлять и оформлять материалы для экспертных заключений и отчетов.

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных(ые) единиц(ы) 180 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины зачет в 6 семестре; экзамен в 7 семестре.

Суммарно по дисциплине можно получить 100 баллов, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов. Минимальное количество для допуска к зачету 28 баллов.

86 баллов и более - "отлично" (отл.);

71-85 баллов - "хорошо" (хор.);

55-70 баллов - "удовлетворительно" (удов.);

54 балла и менее - "неудовлетворительно" (неуд.).

4.1 Структура и содержание аудиторной работы по дисциплине/ модулю

Тематический план дисциплины/модуля

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Консультирование как вид профессиональной деятельности	6	1-3	6	6	0	
2.	Тема 2. Социологическое обеспечение информационной кампании	6	4-6	4	6	0	
3.	Тема 3. Организация и проведение информационных кампаний в политической сфере	6	7-10	6	6	0	
4.	Тема 4. Основные аспекты организации имиджевых кампаний	7	1-3	6	12	0	
5.	Тема 5. Особенности организации и проведения избирательных кампаний	7	4-6	6	12	0	
6.	Тема 6. Управление информационной кампанией в условиях воздействия конкурентной среды	7	10	6	12	0	
	Тема . Итоговая форма контроля	6		0	0	0	зачет
	Тема . Итоговая форма контроля	7		0	0	0	экзамен
	Итого			34	54	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Консультирование как вид профессиональной деятельности

лекционное занятие (6 часа(ов)):

Консультирование как вид профессиональной деятельности. Сферы использования консалтинговых услуг. Виды консалтинговых услуг. Круг проблем, решаемых консалтингом. Основные цели и задачи консалтинга. История появления консультирования как вида деятельности. Эволюция взглядов на консультирование. Современное состояние и структура консалтинговой сферы. Значение сферы консалтинговых услуг в условиях развития рынка информационных технологий. Эволюция и состояние различных видов консалтинга в США, странах Западной Европы и в России. Политический консалтинг как вид деятельности. Направления деятельности в сфере политического консультирования. Задачи, решаемые политическим консалтингом. Электоральный менеджмент. Факторы, обуславливающие рост значения политического консультирования в современной политической жизни. Национальные модели политического консалтинга. Политический консалтинг в России и его место в общей системе общественных связей. Основные этапы становления сферы политического консультирования в России. Специфические черты, присущие отечественному рынку политических консультационных услуг. Организации, работающие в сфере политического консультирования в России.

практическое занятие (6 часа(ов)):

1. Сущность консультирования как вида профессиональной деятельности. 2. Сферы и виды использования консалтинговых услуг. 3. История появления и становления консультирования как вида деятельности. 4. Основные цели и задачи консалтинга 5. Принципы консалтинговой работы 6. Характерные особенности сферы консалтинговых услуг в России и за рубежом? 7. Эволюция и состояние различных видов консалтинга в России и за рубежом. 8. В чем заключаются особенности политического консалтинга как вида деятельности? 9. Факторы, обуславливающие рост значения политического консультирования в современной политической жизни. 10. Специфические черты, присущие отечественному рынку политических консультационных услуг

Тема 2. Социологическое обеспечение информационной кампании

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Значение сбора и обработки информации для организации политической кампании. Основные направления сбора информации для подготовки политической кампании. Общая характеристика методов сбора социологической информации. Построение модели политического взаимодействия. Основные принципы построения модели политического взаимодействия. Основные процессы, лежащие в основе взаимодействия. Мотивация. Коммуникация. Структуризация. Основные факторы, влияющие на активизацию процессов, лежащих в основе взаимодействия.

практическое занятие (6 часа(ов)):

1. Особенности и виды информации, являющейся базой для организации информационных кампаний 2. Значение сбора и обработки информации для организации информационной кампании. 3. Основные направления сбора информации для подготовки информационной кампании. 4. Общая характеристика методов сбора социологической информации. 5. Особенности сбора социологической информации в процессе подготовки информационных кампаний 6. Модели субъектно-объектного взаимодействия в информационных кампаниях 7. Принципы построения модели политического взаимодействия. 8. Особенности коммуникационных процессов в политических информационных кампаниях 9. Основные факторы, влияющие на активизацию процессов, лежащих в основе взаимодействия.

Тема 3. Организация и проведение информационных кампаний в политической сфере

лекционное занятие (6 часа(ов)):

Понятие политической кампании. Субъектно-объектные управленческие отношения в политической кампании. Внешняя среда политической кампании. Основные составляющие внешней среды политической кампанией. Субъект и объект управления в политической кампании. Типология субъектов управления политической кампанией. Субъект управления как команда. Основные принципы создания эффективно работающей команды. Основные группы объекта управления. Принципы построения взаимодействия с объектом воздействия в ходе политической кампании. Принципы построения информационной кампании. Управление информационной кампанией в кризисных условиях. Технология связей с общественностью в условиях политического конфликта.

практическое занятие (6 часа(ов)):

1. Понятие информационной кампании. 2. Информационные кампании в некоммерческой сфере: особенности и разновидности 3. Особенности информационных кампаний в политической сфере 4. Субъектно-объектные управленческие отношения в политической кампании. 5. Внешняя среда политической информационной кампании и её основные составляющие. 6. Типология субъектов управления политической информационной кампанией. 7. Подходы к выбору типа субъекта управления политической информационной кампании 8. Основные принципы создания эффективно работающей команды. Принципы построения структуры команды. 9. Взаимодействие с объектом управления в политической кампании.

Тема 4. Основные аспекты организации имиджевых кампаний

лекционное занятие (6 часа(ов)):

Имидж публичного политика. Технологии создания и поддержания имиджа политического лидера. Психологические аспекты создания имиджа политического лидера. Психологические характеристики лидера. Роль психологии делового общения в деятельности политического лидера. Основные принципы построения защиты образа политика. Психологическая структура и пути оптимизации имиджа политика. Принятие управленческих решений и стили лидерства.

практическое занятие (12 часа(ов)):

1. Особенности имиджа публичного политика. 2. Технологии создания и поддержания имиджа политического лидера. 3. Психологические аспекты создания имиджа политического лидера. 4. Психологические характеристики лидера. 5. Роль психологии делового общения в деятельности политического лидера. 6. Основные принципы построения защиты образа политика. 7. Психологическая структура и пути оптимизации имиджа политика. 8. Принятие управленческих решений и стили лидерства. 9. Психологические аспекты организации работы с политиком 10. Составление психологического портрета политика с раскрытием ?я-концепции? 11. Принципы организации встречи политика с населением 12. Основные направления защиты образа политика 13. Особенности организации участия политика в массовых мероприятиях

Тема 5. Особенности организации и проведения избирательных кампаний

лекционное занятие (6 часа(ов)):

Специфика организации и проведения избирательных кампаний. Особенности деятельности политического консультанта во время избирательной кампании. Особенности планирования избирательной кампании. Стратегия и тактика избирательной кампании. Основные принципы и этапы предварительной оценки конкурентной среды. Основные направления и источники сбора информации о конкурентах. Основные виды массовых мероприятий. Основные цели массовых мероприятий в политических кампаниях. Принципы и проблемы организации массовых мероприятий

практическое занятие (12 часа(ов)):

1. Электоральный консалтинг ? понятие и особенности организации 2. Специфика организации и проведения избирательных кампаний. 3. Особенности деятельности политического консультанта во время избирательной кампании. 4. Особенности планирования избирательной кампании. 5. Стратегия и тактика избирательной кампании. 6. Основные принципы и этапы предварительной оценки конкурентной среды. 7. Основные направления и источники сбора информации о конкурентах. 8. Основные виды массовых мероприятий. 9. Основные цели массовых мероприятий в политических кампаниях. 10. Принципы и проблемы организации массовых мероприятий 11. Основные возможности управления мотивацией политического действия. 12. Пути воздействия на мотивацию, ограничения управления мотивацией политического действия. 13. Индивидуальные ограничения и подвижность когнитивных структур личности. 14. Основные задачи управления мотивацией политического действия. 15. Технологии формирования заданных когнитивных структур.

Тема 6. Управление информационной кампанией в условиях воздействия конкурентной среды

лекционное занятие (6 часа(ов)):

Информационные войны в условиях избирательных кампаний. Пути снижения негативного воздействия конкурентной среды в избирательной кампании. Информационная защита кампании. Основные пути утечки информации. Контрпропаганда в избирательной кампании. Возможности и ограничения использования компромата в избирательной кампании. Основные пути устранения информационных шумов и ?зависания? информации. Приемы и методы упреждающего психологического воздействия, применяемые в политическом общении.

практическое занятие (12 часа(ов)):

1. Основное содержание политической конкуренции. 2. Причины и особенности формирования конкурентной среды. 3. Конкуренция и конфликт ? критерии разграничения. 4. Причины, обуславливающие необходимость предварительной оценки конкурентной среды при построении схемы политической кампании. 5. Основные принципы и этапы предварительной оценки конкурентной среды. 6. Основные направления сбора информации о конкурентах. 7. Источники получения информации о конкурентах. 8. Принципы анализа информации о конкурентах в политической кампании. 9. Пути снижения негативного воздействия конкурентной среды в политической кампании. Информационная защита информационной кампании. 10. Основные пути утечки информации. 11. Контрпропаганда в политической кампании. 12. Возможности и ограничения использования компромата в политической кампании. 13. Принципы и приемы построения контрпропагандистской схемы убеждающей коммуникации. 14. Приемы и методы упреждающего психологического воздействия, применяемые в политическом общении.

4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
1.	Тема 1. Консультирование как вид профессиональной деятельности	6	1-3	Изучение основной и дополнительной литературы	6	устный опрос
				Подготовка эссе	6	эссе
2.	Тема 2. Социологическое обеспечение информационной кампании	6	4-6	Изучение дополнительной литературы по теме	6	устный опрос
				Изучение основной литературы по теме	6	устный опрос
3.	Тема 3. Организация и проведение информационных кампаний в политической сфере	6	7-10	Изучение основной литературы по теме	8	устный опрос
				Подготовка эссе	6	эссе
4.	Тема 4. Основные аспекты организации имиджевых кампаний	7	1-3	Изучение основной и дополнительной литературы	6	устный опрос

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
5.	Тема 5. Особенности организации и проведения избирательных кампаний	7	4-6	Изучение основной и дополнительной литературы	6	устный опрос
6.	Тема 6. Управление информационной кампанией в условиях воздействия конкурентной среды	7	10	Подготовка плана управления информационной кампанией	6	эссе
	Итого				56	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

В процессе изучения курса наряду с традиционными формами обучения (лекционные и семинарские занятия) предусматривается вовлечение студентов в процесс освоения конкретных практических подходов к организации процесса консультирования в рамках практических занятий, предполагающих работу студентов с кейсами, разработку студентами вариантов решения задач по организации и управлению кампанией в некоммерческих сферах, тренировку навыков и умений в области организации управленческого процесса на основе групповой работы над типовыми заданиями.

В рамках практических занятий предполагается использование работы в группах с использованием материалов, представленных в сети Интернет на тематических ресурсах.

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Тема 1. Консультирование как вид профессиональной деятельности

устный опрос , примерные вопросы:

Консультирование как вид профессиональной деятельности. Сферы использования консалтинговых услуг. Виды консалтинговых услуг. Круг проблем, решаемых консалтингом. Основные цели и задачи консалтинга. История появления консультирования как вида деятельности. Эволюция взглядов на консультирование. Современное состояние и структура консалтинговой сферы. Значение сферы консалтинговых услуг в условиях развития рынка информационных технологий. Эволюция и состояние различных видов консалтинга в США, странах Западной Европы и в России. Политический консалтинг как вид деятельности. Направления деятельности в сфере политического консультирования. Задачи, решаемые политическим консалтингом. Электоральный менеджмент. Факторы, обуславливающие рост значения политического консультирования в современной политической жизни. Национальные модели политического консалтинга. Политический консалтинг в России и его место в общей системе общественных связей. Основные этапы становления сферы политического консультирования в России. Специфические черты, присущие отечественному рынку политических консультационных услуг. Организации, работающие в сфере политического консультирования в России.

эссе , примерные темы:

1. Сущность консультирования как вида профессиональной деятельности. 2. Сферы и виды использования консалтинговых услуг. 3. История появления и становления консультирования как вида деятельности. 4. Основные цели и задачи консалтинга 5. Принципы консалтинговой работы 6. Характерные особенности сферы консалтинговых услуг в России и за рубежом? 7. Эволюция и состояние различных видов консалтинга в России и за рубежом. 8. В чем заключаются особенности политического консалтинга как вида деятельности? 9. Факторы, обуславливающие рост значения политического консультирования в современной политической жизни. 10. Специфические черты, присущие отечественному рынку политических консультационных услуг.

Тема 2. Социологическое обеспечение информационной кампании

устный опрос , примерные вопросы:

Значение сбора и обработки информации для организации политической кампании. Основные направления сбора информации для подготовки политической кампании. Общая характеристика методов сбора социологической информации. Построение модели политического взаимодействия. Основные принципы построения модели политического взаимодействия. Основные процессы, лежащие в основе взаимодействия. Мотивация. Коммуникация. Структуризация. Основные факторы, влияющие на активизацию процессов, лежащих в основе взаимодействия

устный опрос , примерные вопросы:

1. Особенности и виды информации, являющейся базой для организации информационных кампаний 2. Значение сбора и обработки информации для организации информационной кампании. 3. Основные направления сбора информации для подготовки информационной кампании. 4. Общая характеристика методов сбора социологической информации. 5. Особенности сбора социологической информации в процессе подготовки информационных кампаний 6. Модели субъектно-объектного взаимодействия в информационных кампаниях 7. Принципы построения модели политического взаимодействия. 8. Особенности коммуникационных процессов в политических информационных кампаниях 9. Основные факторы, влияющие на активизацию процессов, лежащих в основе взаимодействия.

Тема 3. Организация и проведение информационных кампаний в политической сфере

устный опрос , примерные вопросы:

Понятие политической кампании. Субъектно-объектные управленческие отношения в политической кампании. Внешняя среда политической кампании. Основные составляющие внешней среды политической кампанией. Субъект и объект управления в политической кампании. Типология субъектов управления политической кампанией. Субъект управления как команда. Основные принципы создания эффективно работающей команды. Основные группы объекта управления. Принципы построения взаимодействия с объектом воздействия в ходе политической кампании. Принципы построения информационной кампании. Управление информационной кампанией в кризисных условиях. Технология связей с общественностью в условиях политического конфликта.

эссе , примерные темы:

1. Понятие информационной кампании. 2. Информационные кампании в некоммерческой сфере: особенности и разновидности 3. Особенности информационных кампаний в политической сфере 4. Субъектно-объектные управленческие отношения в политической кампанией. 5. Внешняя среда политической информационной кампании и её основные составляющие. 6. Типология субъектов управления политической информационной кампанией. 7. Подходы к выбору типа субъекта управления политической информационной кампании 8. Основные принципы создания эффективно работающей команды. Принципы построения структуры команды. 9. Взаимодействие с объектом управления в политической кампании.

Тема 4. Основные аспекты организации имиджевых кампаний

устный опрос , примерные вопросы:

Имидж публичного политика. Технологии создания и поддержания имиджа политического лидера. Психологические аспекты создания имиджа политического лидера. Психологические характеристики лидера. Роль психологии делового общения в деятельности политического лидера. Основные принципы построения защиты образа политика. Психологическая структура и пути оптимизации имиджа политика. Принятие управленческих решений и стили лидерства.

Тема 5. Особенности организации и проведения избирательных кампаний

устный опрос, примерные вопросы:

1. Особенности имиджа публичного политика.
2. Технологии создания и поддержания имиджа политического лидера.
3. Психологические аспекты создания имиджа политического лидера.
4. Психологические характеристики лидера.
5. Роль психологии делового общения в деятельности политического лидера.
6. Основные принципы построения защиты образа политика.
7. Психологическая структура и пути оптимизации имиджа политика.
8. Принятие управленческих решений и стили лидерства.
9. Психологические аспекты организации работы с политиком.
10. Составление психологического портрета политика с раскрытием ?-я-концепции?
11. Принципы организации встречи политика с населением.
12. Основные направления защиты образа политика.
13. Особенности организации участия политика в массовых мероприятиях.

Тема 6. Управление информационной кампанией в условиях воздействия конкурентной среды

эссе, примерные темы:

1. Основное содержание политической конкуренции.
2. Причины и особенности формирования конкурентной среды.
3. Конкуренция и конфликт ? критерии разграничения.
4. Причины, обуславливающие необходимость предварительной оценки конкурентной среды при построении схемы политической кампании.
5. Основные принципы и этапы предварительной оценки конкурентной среды.
6. Основные направления сбора информации о конкурентах.
7. Источники получения информации о конкурентах.
8. Принципы анализа информации о конкурентах в политической кампании.
9. Пути снижения негативного воздействия конкурентной среды в политической кампании.
10. Информационная защита информационной кампании.
11. Основные пути утечки информации.
12. Контрпропаганда в политической кампании.
13. Возможности и ограничения использования компромата в политической кампании.
14. Принципы и приемы построения контрпропагандистской схемы убеждающей коммуникации.
15. Приемы и методы упреждающего психологического воздействия, применяемые в политическом общении.

Тема . Итоговая форма контроля

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к зачету и экзамену:

1. Консультирование как вид профессиональной деятельности.
2. Сферы и виды использования консалтинговых услуг.
3. Основные цели и задачи консалтинга.
4. История появления консультирования как вида деятельности.
5. Значение сферы консалтинговых услуг в условиях развития рынка информационных технологий.
6. Эволюция и состояние различных видов консалтинга в России и за рубежом.
7. Политический консалтинг как вид деятельности.
8. Факторы, обуславливающие рост значения политического консультирования в современной политической жизни.
9. Политический консалтинг в России и его место в общей системе общественных связей.
10. Сбор и обработка информации для организации политической кампании.
11. Модель политического взаимодействия и основные принципы её построения.
12. Понятие политической кампании.
13. Внешняя среда политической кампании и её основные составляющие.
14. Субъект и объект управления в политической кампании.
15. Основные группы объекта управления и принципы построения взаимодействия с объектом воздействия в ходе политической кампании.
16. Принципы построения информационной кампании.

17. Управление информационной кампанией в кризисных условиях.
18. Технологии создания и поддержания имиджа политического лидера.
19. Психологические аспекты создания имиджа политического лидера.
20. Роль психологии делового общения в деятельности политического лидера.
21. Основные принципы построения защиты образа политика.
22. Специфика организации и проведения избирательных кампаний.
23. Особенности деятельности политического консультанта во время избирательной кампании.
24. Конкурентная среда и основные принципы и этапы её предварительной оценки.
25. "Информационные войны" в условиях избирательных кампаний.
26. Конкурентная среда и причины конкуренции в политической сфере.
27. Предварительная оценка конкурентной среды и ее значение.
28. Пути снижения негативного воздействия конкурентной среды в избирательной кампании.
29. Построение информационной защиты кампании.
30. Контрпропаганда в избирательной кампании.
31. Компромат в политической борьбе. Особенности его сбора и использования.
32. Массовые мероприятия, их виды.
33. Особенности организации политических митингов и встреч политиков с населением.
34. Манипуляция в политических кампаниях и её способы.
35. Спонтанная коммуникация и ее особенности.
36. "Информационный шум", его причины, способы устранения.
37. Основные задачи управления коммуникационными процессами.
38. Убеждающая коммуникация и её основные виды.
39. Факторы, влияющие на переработку информации индивидом.
40. Принципы создания схемы информационной кампании.
41. Основные пути снижения негативного воздействия конкурентной среды.
42. Информационная защита политической кампании, подготовка к защите образа политика.

7.1. Основная литература:

1. Варакута Сергей Алексеевич. Связи с общественностью: Учебное пособие. Москва ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2013. <http://znanium.com/go.php?id=371726>
2. Шарков Феликс Изосимович. Коммуникология: коммуникационный консалтинг: Учебное пособие. Москва Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2011. <http://znanium.com/go.php?id=291622>
3. Орехов Сергей Адамович. Корпоративный менеджмент. 3. Москва Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2013. <http://znanium.com/go.php?id=415590>

7.2. Дополнительная литература:

1. Виханский Олег Самуилович, Наумов Александр Иванович. Менеджмент: Учебник. Москва Издательство "Магистр" Москва ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2014. <http://znanium.com/go.php?id=472344>
2. Гундарин Михаил Вячеславович. Теория и практика связей с общественностью: основы медиа-релейшнз: Учебное пособие. 2. Москва Издательство "ФОРУМ", 2011. <http://znanium.com/go.php?id=243837>
3. Зверева Е.Н. ОСНОВЫ КУЛЬТУРЫ РЕЧИ: Теоретический курс. Москва Евразийский открытый институт, 2009. <http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=6517>

7.3. Интернет-ресурсы:

Агентство стратегических коммуникаций - - <http://nikkolom.ru/>

Международный институт стратегических исследований Vector. - - <http://www.iisr.ru/>

Портал Алексея Ситникова - - <http://www.sitnikov.com>

Сайт компании Triangle Consulting Group - - <http://www.triangleconsulting.ru/>

Центр политической конъюнктуры - - - <http://www.ancentr.ru/>

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Консалтинг в связях с общественностью" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Материально-техническим обеспечением дисциплины Консалтинг в связях с общественностью являются компьютерный класс на 12 мест с выходом в Интернет, мультимедиа-проектор и портативный компьютер для организации мультимедиа-сопровождения занятий.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 031600.62 "Реклама и связи с общественностью" и профилю подготовки Реклама и связи с общественностью в некоммерческих организациях .

Автор(ы):

Мюллер Д.Г. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Идиатуллина К.С. _____

"__" _____ 201__ г.